Автор: admin
15.03.2011 18:11 - Обновлено 29.10.2014 16:14

# Как не попасть на удочку рекламы?

На днях на глаза попало одно объявление, которое просто не могло не вызвать и улыбку, и поток мыслей и желаний… Вот оно:

«Новая услуга «Жена на час» для вечно занятых бизнесменов, холостяков, и семей, где хозяйка по каким-либо причинам не успевает справиться с домашним хозяйством. Наши «Жены на час» приведут ваш дом или офис в порядок после ухода гостей или перед их приходом, приготовят обед, постирают накопившееся белье, погладят рубашки, пришьют оторвавшиеся пуговицы, помоют окно и ванну, почистят обувь и выполнят еще тысячу накопившихся дел, которых всегда хватает в доме. Вызвав «Жену на час», вы получите сразу и повариху, и домработницу, и няню, и гувернантку, и уборщицу, и просто хорошую советчицу по домашним делам. Звоните, и наши женщины всегда окажут необходимую вам помощь!»

Ч-чёрт, вот ведь где было решение всех проблем! А то перед Новым годом сидишь и ломаешь голову: где добыть ёлку, что купить к праздничному столу, как его потом накрыть, как принять своих дружков… На деле-то оказывается всё куда проще: взял телефон, позвонил – и дело, как говорится, сделано! Перед тобой вырос джинн с красивой мордашкой…

Но тут вдруг вспомнил об одном своём приятеле, с ним недавно приключилась оказия:

Посмотрев рекламу, он отважился купить товар. Отдал немаленькую сумму денег, а потом сильно пожалел: «хватило на несколько минут работы, – и сдох».

Сегодня этим, правда, никого не удивишь, обман – сплошь и рядом. Достаточно включить телевизор – и начинаешь понимать, что мир сходит с ума. Десять каналов, двадцать – и всё только реклама, реклама. Невозможно ничего добром посмотреть, любой фильм, любая передача неоднократно прерывается рекламными роликами про женские подкладки и пиво, пиво. На улице то же самое: всюду на рекламных щитах пиво. Каждый день одно и то же. Заснёшь – и увидишь: «Пейте пиво – и будете сексуальны!»… Бред какой-то. Разум отказывает воспринимать. Хоть ладно, что водку – типа «Брынцалов» и «Жириновский», – кажется, перестали совсем рекламировать, а то

ведь вообще можно было спиться.

Конечно, понятно, почему такое происходит. Та же телевизионная реклама является одним из самых эффективных методов донесения информации до потребителей. Она воздействует сразу на такие каналы нашего восприятия, как визуальный, слуховой и подсознательный. Отсюда столь широкое применение. Неважно, что кому-то это может не нравиться. Власть денег всемогуща – давно известно всем.

Зомбируют нас рекламой. Ох, как ещё зомбируют. «Пиво – лекарство от всех проблем!»… Точно. Выпил «Клинского», «Жириновским» запил – и ты в «вырубоне», никаких тебе проблем. Сплошное затуманивание мозгов. Какой месяц не выдают заработную плату, трубы проржавели, квартиру затопляет – плевать, пусть правительство решает. Тебя нет. Чем не жизнь! Обломовщина. К тому же, как свидетельствуют исторические примеры, зомбированным народом и управлять легче. Политика.

Я совсем не против рекламы как таковой. С прогрессом не поспоришь. Сегодня – в условиях рыночных отношений – реклама действительно приобретает всё большее значение. Без неё никак не обойтись. Она является составной частью имиджа любого предприятия, любой фирмы. Поэтому на рекламу затрачиваются немалые средства. Делается всё возможное и невозможное, чтобы только реклама продолжала содействовать успешной реализации товара и процессу превращения товара в деньги, эффективно воздействовала на спрос и рынок и управляла ими. Но ведь всё-таки должна быть какая-то мера – так и психом недолго стать. А качество? Оно вообще желает быть лучше. Никакого уважения к потребителю.

Нет, заполнившейся телеэкраны нашей страны безвкусной, не заслуживающей доверия рекламе должен быть окончательно положен конец. Это не может не касаться также рекламы пива. Заставить население бросить пить, конечно же, невозможно, но и навязывание алкоголя как составляющей части образа жизни не может больше продолжаться. Ведь если сегодня в год на одного россиянина приходится до 14-16 литров спирта, а что будет через два, три года?

Можно ли что-то сделать, чтобы не поддаться рекламной провокации и, так сказать, не вляпаться в неприятнейшую историю? Конечно, можно! Если мы сами этого захотим…

Вот лишь несколько **полезных советов**:

1) Как дважды два – четыре, усвоить для себя, что ничего так просто не даётся, за всё рано ли поздно придётся платить.

2) Будучи перед телевизором, не выпускать из рук пульт дистанционного управлений, чтобы вовремя избавить себя от назойливых обещаний.

3) Читая рекламные объявления в газетах, быть всегда настороже, особенно под Новый год, никогда не поддаваться первому впечатлению, эмоциям, всё досконально взвесить, следуя русской пословице: «Семь раз отмерь – один отрежь». Наводить справки, консультироваться у настоящих специалистов, обзванивать друзей, подруг…

4) Никогда не покупать того, без чего можно обойтись! Стоит лишь прикинуть, что нам действительно жизненно необходимо, как вдруг начинаем понимать, каким количеством ненужных безделиц, вещей, одежды мы окружены. Как много покупается хлама из любопытства, впрок или от неумения противостоять рекламе, просто включив разум. Сколько тратится на престиж, который заключается лишь в имени дизайнера у воротничка изделия… Сколько тратится на деликатесы, которые вкусны, но очень далеки от полезной, здоровой пищи… Аскетами, конечно, быть необязательно, просто надо вовремя вспомнить п. 1, как только кто-либо будет соблазнять на очередную покупку.

5) Уж если попали в неприятнейшую историю с покупкой некачественного товара, настойчиво отстаивать свои права в обществе защиты прав потребителей.

И кто знает, может, тогда удастся избежать ошибок!

Автор - **Игорь Краснов**

Источник